



Warszawa, 22 września 2011 roku

Pan Juliusz Braun
Prezes Zarządu Spółki
Telewizja Polska SA

Szanowny Panie Prezesie,

Uprzejmie informuję, że Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podczas posiedzenia 13 września 2011 roku zapoznała się z treścią spotów reklamowych dziennika „*Gazeta Polska Codziennie*”.

Po przeprowadzonej dyskusji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznała, że ustawowe zasady określające samodzielność nadawcy w kształtowaniu programu i jego odpowiedzialność za prezentowane treści mają w tej analizie podstawowe znaczenie. Samodzielność i odpowiedzialność są podstawowymi elementami demokratycznego ładu medialnego i fundamentem wolności słowa, co dotyczy zarówno nadawców prywatnych, jak i publicznych. Zgodnie z przepisem z art. 13 ust. 1 ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji nadawca *kształtuje program samodzielnie w zakresie zadań określonych w art. 1 ust. 1 ustawy i ponosi odpowiedzialność za jego treść*. Jednocześnie ustawodawca zastrzegł, iż *przepis ust. 1 nie narusza przepisów dotyczących odpowiedzialności innych osób za treść poszczególnych audycji, reklam lub innych przekazów*. W przepisie zawartym w art. 14 ust. 1 ustawodawca stwierdził, że *nałożenie na nadawcę obowiązku lub zakazu rozpowszechniania określonej audycji lub przekazu może nastąpić wyłącznie na podstawie ustawy*.

W zakresie przepisów ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie stwierdziła w postępowaniu nadawcy działań naruszających obowiązujące prawo. Zarzuty formułowane wobec TVP SA, a dotyczące odmowy wyemitowania przekazów handlowych są nietrafne.

Należy również pamiętać, że art. 36 ust. 2 i 4 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 roku - Prawo prasowe stanowią, iż *ogłoszenia i reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego* zaś wydawca i redaktor mają prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia i reklamy, jeżeli ich treść lub forma jest sprzeczna z linią programową bądź charakterem publikacji. Powyższe regulacje gwarantują nadawcy niezależność i wyłączne prawa do podejmowania decyzji programowych, a także decyzji w zakresie nadawania przekazów handlowych.

Reklamodawca wchodząc na rynek z nowym produktem *Gazetą Polską Codziennie* ze względów komercyjnych oraz zapewne też ideowych zaprezentował w swoich spotach bardzo zdecydowane oceny polityczne. Zdaniem KRRiT w powyższych spotach nastąpiło wykorzystanie przekazu handlowego dla komunikatu politycznego, bardzo wyrazistego w swojej formie i prezentującego kontrowersyjne oceny.

Mając powyższe na uwadze Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznała, iż nadawca powinien rozważyć zwrócenie się do Komisji Etyki Reklamy, działającej przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy z wnioskiem o przedstawienie stanowiska co do zgodności tych przekazów handlowych z postanowieniami Kodeksu Etyki Reklamy.

Z poważaniem

Jan Dworak